

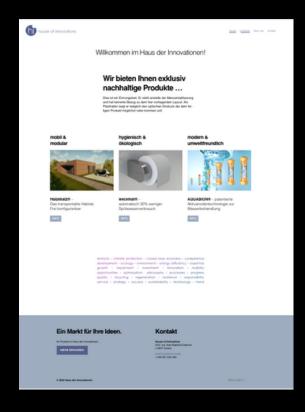
# FALLSTUDIE

Re-design Website für House of Innovations

Layout
Copy Writing
Produktseiten
Conversionoptimierung



## **VORHER:**



#### 01. CI

- Logo, Fonts und Branding-Farben sind festgelegt
- Verwendung unterschiedlicher Namen (De/En)

# 02. Content, Struktur + Layout

- Schlagwortwolke auf Englisch mit Farbverlauf in Off-Brand-Farben
- Außer Text auf Startseite fehlt sowohl visueller als auch Text-Content

#### 03. Konversionsrelevant

- Noch keine Produktseiten
- Keine Social Media Profile
- Keine Kontaktmöglichkeit für B2B-Kunden
- Keine Seite zur Anmeldung zum Virtual Showroom Webinar
- Keine Suchfunktion
- Kein Keywording
- Kein Mediakit
- Kein Content-Leitfaden
- Kein E-Mail-Tool hinterlegt, Anmeldungen verschwinden
- Keine "Über uns"-Seite



## **ANALYSE ZIELGRUPPEN B2C & B2B:**



# Persona A Motive nach der Limbic Map

#### Modelle

- Zielgruppen werden anhand erprobter Modelle analysiert (Limbic Map, DISG-Modell, SINUS-Milieus)
- Erstellung jeweils einer B2B- und einer B2C-Persona mit den Schwerpunkten Mediennutzungsverhalten, Bildung, Demographie, Kaufkraft und Werte

#### Bedeutung für Re-design

- Basierend auf diesen Informationen werden
- Layouts für Startseite, Produktseiten und weitere Unterseiten erstellt
- Besonderer Fokus auf Wording, Tonalität und Qualitätsnachweisen

#### Daniels Mediennutzungsverhalten

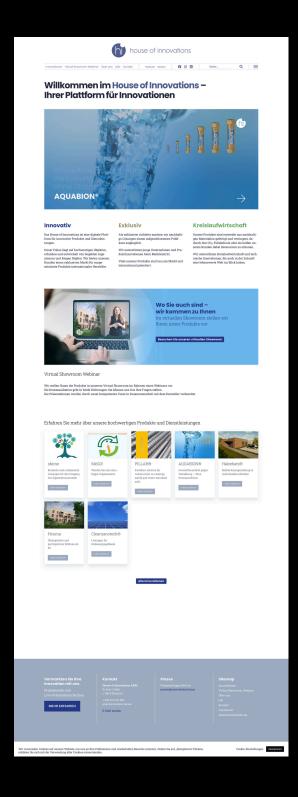
- Gehört zu den jungen Gen-Xern oder zu den alten Millennials, ist also digitaler Migrant Höhe IT- und Medienkompetenz; hat als Kind schon technische Geräte gebauf hat sich als Teenager intensiv mit Computen und Software auseinandergesetzt Nutz Streaming-Dienste für Missk- und Video-Konsum: Spotfly, Amazco Prime Video lat in Foren und auf Plattformen unterwegs, z.B. Github, Redde etc.

- Sieht kaum fern, hat aber eine Lieblingsradiosendung
- Sent kalum ein, nat der eine Lindingsteinschneidig in Informiert sich sondisch über das tagesabtuelle Gesichehn, bevorzugt dafür Social Media Informiert sich sondisch über das tagesabtuelle Gesichehn, bevorzugt dafür Social Media Privat nutzt er überwiegend Mebsenger-Dienste wie WhatbApp und Telegram, hat dort auch Gruppen mit seinen Freunden oder zum Nitztweise wie Seine Art mit der in Hemalisch vorden der zum Nitztweise Nitzt berufflich auch Dienstäcken zu eine Seine Art mit der in Hemalisch vorden wirder Gruppen Nutzt Meetleys zum Netzwerken z. Kisommunity der Mattermost, watervooler site

# Clark in den Sinus-Milieus



## **RE-DESIGN STARTSEITE:**



#### 01. CI

- Logo erscheint zentriert
- Verwendung des Markennamens

#### 02. Content, Struktur + Layout

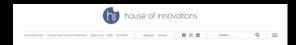
- Hero Section Slider mit hochwertigen Produktfotos
- Menüleiste mit B2B-Kontaktmöglichkeit, Social Media Icons, Suchfunktion, "Über uns"-Seite
- Werte: Innovativ, Exklusiv,
   Nachhaltigkeit im ersten Abschnitt
- Visualisierung Virtual Showroom Webinar mit Anmelde-Link
- Mediakit über Footer

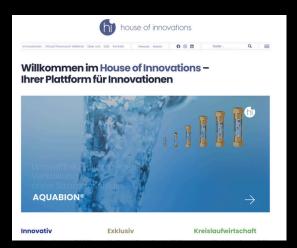
#### 03. Konversionsrelevant

- Detaillierte Produktseiten
- Qualitätsnachweise
- Verwendung interaktiver Elemente wie Video
- Technische Details
- FAQ (z.B. "Wer installiert das Produkt bie mir?")
- Kontaktmöglichkeit für B2B-Kunden
- Seite zur Anmeldung zum Virtual Showroom Webinar
- Keywording/Content-Leitfaden
- E-Mail-Tool (activecampaign)



## **RE-DESIGN STARTSEITE:**





#### **Details:**

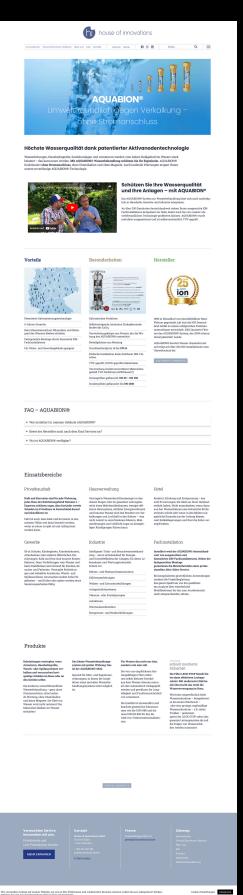
- Keywords, B2B-Link, Social Media Icons
- Suchleiste
- Logo prominenter durch Zentrierung
- Markenname farblich hervorgehoben und in korrekter Aussprache (En)
- Slider in der Hero Section der Startseite
- Verwendung wichtiger Keywords, farblich betont



- Virtual Showroom Webinar wird auf der Startseite gezeigt mit Link zur Anmeldung
- Visual vermittelt Eindruck einer Webinar-Teilnahme



# PRODUKTSEITE:



#### **Details:**



- Hero Shot des Products mit Markenname
- Wichtige Stichworte (patentiert, Aktivanodentechnologie)



• Video mit Erfinder des Products

	AQ – AQUABION®
+	Wer installiert in meinem Gebäude AQUABION®?
+	Bietet der Hersteller auch nach dem Kauf Services an?
+	Wo ist AQUABION® verfügbar?

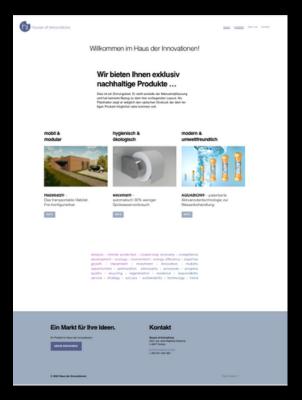
 Besonderheiten, technische Details und Auszeichnungen & FAQ



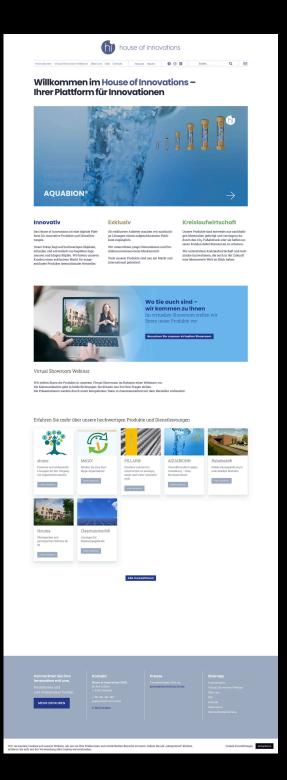
• Qualitätsnachweis



# **VORHER:**



# **RE-DESIGN:**





# **KONTAKT:**

Carla Langner mail@carlalangner.de

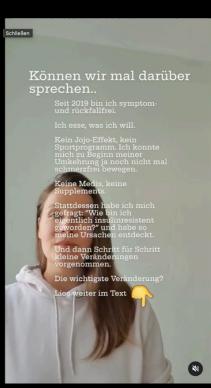


#### Zurück zur Übersicht Fallstudien





















Erster Befund: 14.05.2023 Aktueller Zyklustag: 26, unfruchtbar Letzter Prolaktinwert: 20ng/ml, über Grenzwert +

Medikation: Dostinex/Cabe 0.5mg/Woche